

PENGARUH PERSEPSI BAURAN PEMARASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KARTU PRA BAYAR IM3

(Studi pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus)

SKRIPSI

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

JOHAN KHILMI AFTHONI

NIM. 2008 – 11 – 224

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2014**

PENGARUH PERSEPSI BAURAN PEMARASAN TERHADAP

LOYALITAS KONSUMEN KARTU PRA BAYAR IM3

(Study Pada Pengguna Kartu Pra Bayar Im3 di Universitas Muria Kudus)

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2014

Mengetahui,

Ketua ProgDi



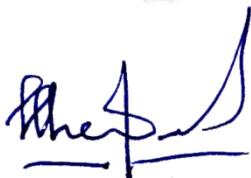
NOOR AZIS, SE, MM
NIS. 0610701000001177

Pembimbing I

Dr. Drs. H. M. ZAINURI, MM
NIS. 0610702010101026

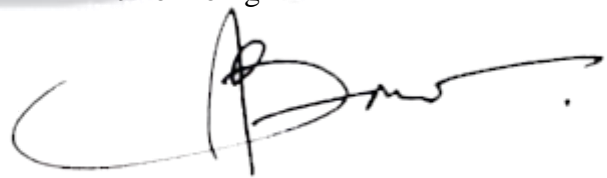
Mengetahui,

Dekan



Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs. MM
NIS. 0610702010101021

Pembimbing II



AGUNG SUBONO, SE, MS.i
NIS. 061070100000120

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya). Jika kamu orang-orang yang beriman

(Kuncoro, 2011)

Pergunakan otak untuk mencari ilmu sebanyak-banyaknya guna mencari rahasia besar yang terkandung didalam dunia ini, tetapi pasanglah pelita dalam hati sanubari yaitu agama.

(Muhyidin, 2012)

PERSEMBAHAN :

- 1. Kedua orang tuaku tercinta**
- 2. Saudara-saudaraku tercinta**
- 3. Teman-teman**
- 4. Almamater UMK**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI BAURAN PEMARASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KARTU PRA BAYAR IM3”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus, yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Dr. Drs. H. M. ZAINURI, MM selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. AGUNG SUBONO, SE.MS.i selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. NOOR AZIS SE, MM, selaku Ketua ProDi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus, yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi

5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
6. Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak membantu hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.
7. Pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun untuk penulisan skripsi ini.

Tiada suatu apapun yang dapat penulis berikan kepada beliau yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini, kecuali hanya do'a semoga Tuhan memberikan balasan yang setimpal. Amien. Akhir berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Kudus, 2014

JOHAN KHILMI AFTHONI

ABSTRAKSI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
STATUS TERAKREDITASI
STRATA 1
SKRIPSI 2014

- A. Nama : JOHAN KHILMI AFTHONI
B. Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI BAURAN PEMARASAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KARTU PRA
BAYAR IM3
C. Jumlah Halaman: Permulaan xi, isi 77, tabel 17, gambar 2
D. Isi Ringkasan :

Manusia mempunyai banyak kebutuhan yang harus dipenuhi, baik kebutuhan yang bersifat biogenetik seperti rasa lapar dan haus maupun kebutuhan yang bersifat psikogenetik, yaitu kebutuhan akan pengakuan, penghargaan dan rasa kepemilikan. Kebutuhan adalah keadaan merasa tidak memiliki kepuasan dasar dan bersifat naluriah sedangkan keinginan adalah hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tersebut, sehingga keinginan merupakan kebutuhan buatan yaitu kebutuhan yang dibentuk oleh lingkungan hidupnya.

Berdasarkan hal tersebut maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut: Apakah ada pengaruh harga, produk, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian secara parsial? Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga, produk, promosi dan tempat terhadap loyalitas secara parsial maupun berganda. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel independent harga (X_1), produk (X_2), promosi (X_3) tempat (X_4), variabel dependen yaitu: loyalitas (Y). Jenis dan sumber datanya meliputi data primer dan sekunder, sampelnya sebanyak 100 responden, pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, pengolahan datanya meliputi: *coding*, *editing* dan *tabulating* dan proses input dengan program komputer SPSS. Analisis datanya dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik, dan analisis validitas dan reliabilitas untuk angket, serta analisis regresi.

Berdasarkan hasil analisis data mengenai pengaruh harga, produk, promosi dan tempat terhadap loyalitas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Ada pengaruh yang signifikan antara variabel harga, produk, terhadap loyalitas, sedangkan promosi tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas yang dibuktikan dengan nilai t hitung $1.430 <$ dari t tabel 1.657 , distribusi tidak berpengaruh karena nilai t hitung $0.026 <$ dari t tabel 1.657 . berdasarkan hasil uji F , dijelaskan bahwa bilai F hitung $64.300 >$ dari F tabel 2.75 , dengan demikian terjadi pengaruh hubungan secara berganda terhadap loyalitas pengguna kartu pra bayar IM3.

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Distribusi dan Loyalitas Konsumen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II. LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Persepsi.....	8
2.2. Produk	10
2.3. Harga	12
2.4. Tempat	13
2.5. Promosi.....	13
2.6. Loyalitas	14
2.7. Penelitian Terdahulu	21
2.8. Kerangka Pemikiran	24

2.9. Hipotesis	25
BAB III. METODE PENELITIAN	26
3.1. Metode Penelitian	26
3.2. Populasi.....	26
3.3. Sampel	27
3.4. Instrumen Penelitian	28
3.5. Definisi Operasional	29
3.6. Sumber Datar	30
3.7. Metode Pengumpulan Data.....	31
3.8. Teknik analisis Data	31
3.8.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.8.2. Pengujian Hipotesis.....	41
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
4.1.1. Sejarah singkat.....	42
4.2. Penyajian data	45
4.2.1. Uji Validitas	45
4.2.2. Identitas responden	45
4.3. Analisis Regresi Berganda	59
4.3.1. Hasil uji hipotesis.....	59
4.3.2. Koefisien Determinasi.....	60
4.4. Pembahasan.....	73

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1. Kesimpulan.....	76
5.2. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Validitas Harga	51
4.2 Validitas Produk	52
4.3 Validitas Promosi	53
4.4 Validitas Tempat.....	54
4.5 Hasil Uji Reliabilitas	54
4.6 Deskripsi responden Jenis Kelamin.....	56
4.7 Deskripsi responden Jenis Kelamin.....	56
4.8 Frekuensi Variabel Harga	57
4.10 Frekuensi Variabel Produk	59
4.11 Frekuensi Variabel Promosi	60
4.12 Frekuensi Variabel Tempat	61
4.13 Frekuensi variabel loyalitas	62
4.14 Hasil Analisis Pengujian Regresi dan Korelasi	63
4.15 Uji Regresi berganda	63
4.16 Uji Determinasi.....	63
4.17 Kerangka Aplikasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	26
--	----

